Agriculture et Agroalimentaire Canada
Agriculture and Agri-Food Canada

Canada

SECRÉTARIAT À L'ACCÈS AUX MARCHÉS
Rapport d'analyse mondiale

Série santé et mieux-être

Tendances du marché des aliments biologiques au Royaume-Uni

Octobre 2017

Sommaire

Selon l'étude stratégique du marché de l'Union européenne (UE), les produits de santé et produits naturels au Royaume-Uni sont l'un des débouchés les plus prometteurs au sein de l'UE. D'après une analyse rigoureuse de la taille du marché, du taux de croissance et des réductions tarifaires associées aux importations de l'UE, le Royaume-Uni représente une occasion idéale pour les exportateurs canadiens d'aliments biologiques.

Le Royaume-Uni est le quatrième marché de produits de santé et de mieux-être (SME) en importance au monde. Dans le marché SME, le Royaume-Uni est le cinquième plus grand marché de produits biologiques au monde. En 2016, les produits biologiques représentaient 6 % du secteur SME au Royaume-Uni, avec une valeur des ventes au détail atteignant 1,6 milliard de dollars US.

De 2012 à 2016, les produits biologiques ont augmenté à un taux de croissance annuel composé de 1,9 %. En 2016, les aliments biologiques emballés ont enregistré une valeur positive des ventes de 1,4 milliard de dollars US, tandis que les boissons biologiques faisaient toujours partie des marchés à créneaux, affichant un faible taux de croissance annuel composé de 0,4 % et des ventes au détail de 217,9 millions de dollars US.

En 2016, les détaillants en alimentation modernes restent le principal circuit de distribution des produits biologiques. Les marques maison ont continué de récolter la plus grande part du marché des produits biologiques et elles sont actuellement présentes dans la plupart des catégories d'aliments biologiques emballés.

De 2012 à 2016, 3234 produits biologiques ont été lancés au Royaume-Uni. Dans la catégorie des aliments, 2671 produits ont été lancés, suivis de la catégorie des boissons (508 produits) et la catégorie des aliments pour animaux de compagnie (55 produits).

Table des matières

Sommaire 1
Introduction 2
Contexte du marché 3
Ventes au détail 3
- Aliments biologiques emballés ... 4
- Boissons biologiques 7

Circuits de distribution 8
Concurrence 9
Emballage 9
Analyse du lancement de nouveaux produits 10
Occasion pour le Canada 11
Pour de plus amples renseignements 11
Ressources 12

Rapports connexes

- SME – Biscuits, collations et barres-collations santé au Royaume-Uni – 2017
- Tendances des ventes d'épicerie au détail au Royaume-Uni – 2015

Introduction

Le Royaume-Uni est le quatrième marché de produits de santé et de mieux-être (SME) en importance au monde, après les États-Unis (166,3 milliards de dollars US), la Chine (107 milliards de dollars US) et le Japon (48,9 milliards de dollars US). Dans le segment des produits biologiques du secteur SME, le Royaume-Uni représente le cinquième plus grand marché au monde.

En 2016, le secteur SME a augmenté à un taux de croissance annuel composé (TCAC) de 2,2 %, entre 2012 et 2016, les ventes au détail de ce secteur totalisant 28,1 milliards de dollars US. L'intérêt soutenu à l'égard d'un mode de vie plus sain chez les consommateurs du Royaume-Uni explique la prédominance des aliments emballés et des boissons SME dans le pays. Au cours de la période visée par l'examen, le secteur SME représentait 28 % de l'ensemble du secteur des aliments emballés et des boissons. Les produits SME représentaient 22 % des ventes au détail d'aliments emballés, alors que dans la catégorie des boissons, cette proportion s'établissait à 51 %.

Avec des ventes au détail totalisant 1,6 milliard de dollars US en 2016, les produits biologiques représentaient 6 % du secteur SME. Malgré l'incrédulité grandissante des consommateurs, les produits biologiques continuent d'afficher un TCAC de 2 % entre 2012 et 2016. En période de bonne performance économique, les consommateurs du Royaume-Uni sont disposés à payer des prix plus élevés pour des produits biologiques. Toutefois, lorsque le rendement économique est plutôt faible, ces mêmes consommateurs sont plus susceptibles de réduire les achats de produits biologiques plutôt que tout autre type de produit SME, comme les produits enrichis ou fonctionnels ou les produits dits « sans ».

Ventes au détail de boissons et d'aliments emballés au Royaume-Uni, de 2012 à 2016, en milliards de dollars US – taux de change fixe

Catégories	2012	2013	2014	2015	2016	TCAC* (%) 2012-2016
Total – Boissons et aliments emballés	**97,9**	**100,3**	**101,0**	**101,3**	**102,1**	**1,1**
Aliments emballés	79,8	81,5	82,0	82,0	82,4	0,8
Boissons	18,1	18,8	18,9	19,3	19,7	2,1
Total – Boissons et aliments emballés SME	**25,7**	**26,5**	**26,9**	**27,4**	**28,1**	**2,2**
Aliments emballés SME	16,5	17,1	17,3	17,7	18,0	2,2
Boissons SME	9,2	9,4	9,5	9,8	10,0	2,2

Ventes au détail des dix principaux marchés de produits biologiques, de 2012 à 2016, en milliards de dollars US – taux de change fixe

Pays	2012	2013	2014	2015	2016	TCAC* (%) (2012-2016)	Part de marché (%)
Monde	**26 907,6**	**29 074,0**	**31 663,9**	**34 173,3**	**36 681,6**	**8,1**	
États-Unis	11 745,4	12 660,3	13 821,3	14 985,9	16 083,3	8,2	44
Allemagne	3 579,1	3 718,6	3 835,5	3 946,3	4 070,5	3,3	11
France	1 963,7	2 118,7	2 298,6	2 466,5	2 641,8	7,7	7
Chine	834,1	1 209,6	1 623,0	2 039,4	2 499,8	31,6	7
Royaume-Uni	**1 481,5**	**1 514,0**	**1 549,4**	**1 574,6**	**1 596,8**	**1,9**	**4**
Italie	947,9	1 030,3	1 192,8	1 346,7	1 487,4	11,9	4
Canada	931,0	975,6	1 030,4	1 099,6	1 176,0	6,0	3
Suède	503,6	541,1	625,0	720,9	798,5	12,2	2
Pays-Bas	563,8	619,5	663,1	705,4	747,0	7,3	2
Danemark	594,0	607,8	629,0	655,8	692,3	3,9	2

Source des deux tableaux : Euromonitor, 2017.

*TCAC – Taux de croissance annuel composé

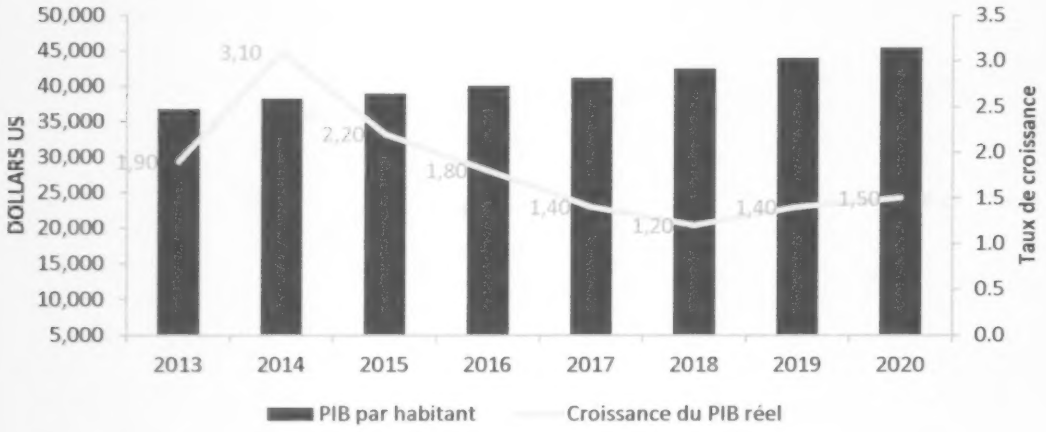
Contexte du marché

En 2016, l'économie du Royaume-Uni a enregistré une faible croissance de son produit intérieur brut (PIB) réel de 1,8 %, et celle-ci devrait augmenter de 1 % en termes réels en 2017. Cette situation s'explique surtout par le Brexit (Euromonitor, 2017). Malgré l'incertitude, les consommateurs continuent de dépenser pour des aliments et des boissons considérés comme bénéfiques pour leur santé.

Par ailleurs, la demande de produits biologiques a fléchi au cours des dernières années, car les consommateurs ne sont pas convaincus des bienfaits de ces produits pour la santé, sans compter qu'ils sont découragés par leurs prix élevés. Compte tenu de ces facteurs, des produits biologiques comme les boissons continuent de faire partie des marchés à créneaux au Royaume-Uni et sont plus susceptibles de ressentir les effets d'une conjoncture économique défavorable.

Selon Euromonitor, la perspective d'une inflation élevée amènerait les consommateurs du Royaume-Uni à adopter une approche plus prudente quant à leurs dépenses au cours des premières années de la période de prévision. Au cours de cette période, l'un des principaux enjeux associés aux boissons et aux aliments biologiques emballés sera la façon dont le Royaume-Uni négociera sa sortie de l'Union européenne. Il est probable que les ventes de produits importés soient touchées à long terme, car leurs prix pourraient augmenter, alors que les produits provenant de l'UE pourraient nécessiter d'autres autorisations d'organismes locaux avant d'entrer sur le marché intérieur (Euromonitor, 2017).

PIB par habitant au Royaume-Uni et croissance du PIB réel de 2013 à 2020



Source : Euromonitor, 2017.

Ventes au détail

En 2016, les ventes au détail de produits biologiques ont totalisé 1,6 milliard de dollars US, une hausse de 1,4 % par rapport à l'année précédente. Entre 2012 et 2016, les ventes de produits biologiques ont augmenté à un TCAC de 1,9 %. Par ailleurs, le volume des ventes au détail a enregistré une baisse continue. Par conséquent, les produits biologiques ont affiché un TCAC négatif de 1,6 %, de 2012 à 2016. Ce recul du volume des ventes devrait se poursuivre au cours de la période de prévision et avoir une incidence sur les boissons et les aliments biologiques emballés. Au cours de la période de prévision, les ventes au détail d'aliments emballés biologiques et de boissons biologiques devraient augmenter à un TCAC de 3,2 % et de 2,5 %.

Les aliments biologiques emballés représentaient 86 % des ventes au détail de produits biologiques, tandis que les boissons biologiques représentaient 14 % de toutes les ventes de produits biologiques en 2016.

Historique des ventes au détail de produits biologiques au Royaume-Uni, de 2012 à 2016, en millions de dollars US – taux de change fixe

Catégories	2012	2013	2014	2015	2016	TCAC* (%) 2012-2016
Produits biologiques	**1 481,5**	**1 514,0**	**1 549,4**	**1 574,6**	**1 596,8**	**1,9**
Aliments biologiques emballés	1 267,4	1 299,9	1 334,3	1 358,0	1 378,9	2,1
Boissons biologiques	214,1	214,1	215,1	216,6	217,9	0,4

Prévisions des ventes au détail de produits biologiques au Royaume-Uni, de 2017 à 2021, en millions de dollars US – taux de change fixe

Catégories	2017^{E}	2018^{P}	2019^{P}	2020^{P}	2021^{P}	TCAC* (%) 2017-2021
Produits biologiques	**1 644,2**	**1 696,5**	**1 749,3**	**1 802,3**	**1 856,5**	**3,1**
Aliments biologiques emballés	1 421,4	1 468,2	1 515,8	1 562,9	1 610,8	3,2
Boissons biologiques	222,8	228,4	233,5	239,4	245,7	2,5

Historique du volume des ventes au détail de produits biologiques au Royaume-Uni, de 2012 à 2016, en milliers de tonnes

Catégories	2012	2013	2014	2015	2016	TCAC* (%) 2012-2016
Produits biologiques	**350,6**	**346,5**	**348,8**	**336,6**	**328,1**	**-1,6**
Aliments biologiques emballés	307,4	304,1	306,6	294,3	285,8	-1,8
Boissons biologiques	43,2	42,4	42,3	42,3	42,3	-0,5

Prévisions du volume des ventes au détail de produits biologiques au Royaume-Uni, de 2017 à 2021, en milliers de tonnes

Catégories	2017^{E}	2018^{P}	2019^{P}	2020^{P}	2021^{P}	TCAC* (%) 2017-2021
Produits biologiques	**323,0**	**319,9**	**317,8**	**316,3**	**315,5**	**-0,6**
Aliments biologiques emballés	280,6	277,4	275,3	273,8	273,0	-0,7
Boissons biologiques	42,4	42,4	42,5	42,5	42,5	0,1

Source de tous les tableaux : Euromonitor, 2017. E-Estimation P-Prévisions *TCAC-Taux de croissance annuel composé

Aliments biologiques emballés

Les aliments biologiques emballés continuent d'afficher une valeur des ventes positive de 1,4 milliard de dollars US, une hausse de 2 % en 2017. Selon Euromonitor, cette hausse est attribuable à la multiplication des fournisseurs indépendants qui comptent pour une part croissante du marché.

De 2012 à 2016, les confiseries biologiques ont enregistré le plus haut TCAC (7,2 %), suivies des soupes biologiques (4,8 %) et des collations salées (4,6 %). Les produits laitiers, les aliments pour bébés et les confiseries biologiques représentent 67 % de la valeur des ventes d'aliments biologiques emballés en 2016. La sous-catégorie des aliments biologiques pour bébés compte pour 23 % de la sous-catégorie générale des aliments pour bébés (qui comprend d'autres produits SME et non SME), tandis que les autres sous-catégories d'aliments biologiques emballés représentent une petite partie (moins de 5 %) de leurs sous-catégories générales.

Bien que l'on s'attende à ce que la catégorie des aliments biologiques emballés enregistre une croissance positive durant la période de prévision, les négociations entreprises par le Royaume-Uni pour sortir de l'UE pourraient poser un problème pour cette catégorie. L'augmentation prévue du prix des produits importés pourrait occasionner un ralentissement à long terme dans cette catégorie.

Historique des ventes au détail d'aliments biologiques emballés au Royaume-Uni, de 2012 à 2016, en millions de dollars US – taux de change fixe

Catégories	2012	2013	2014	2015	2016	TCAC* (%) 2012-2016
Aliments biologiques emballés	**1 267,4**	**1 299,9**	**1 334,3**	**1 358,0**	**1 378,9**	**2,1**
Produits laitiers biologiques	437,2	440,9	447,7	442,9	437,2	0,0
Aliments biologiques pour bébés	245,9	262,2	272,7	281,8	290,4	4,2
Confiseries biologiques	148,2	160,9	173,6	185,4	195,5	7,2
Repas préparés biologiques	72,1	73,4	73,9	74,6	75,7	1,2
Pains biologiques	62,5	57,1	52,6	50,8	49,5	-5,7
Soupes biologiques	34,2	35,5	37,8	39,5	41,3	4,8
Biscuits sucrés, barres-collations et collations aux fruits biologiques	37,6	38,5	39,8	38,9	39,6	1,3
Produits biologiques à tartiner	33,2	34,1	35,0	36,6	37,9	3,4
Céréales biologiques de petit déjeuner	32,1	32,9	33,7	34,8	36,0	2,9
Crème glacée biologique	32,4	32,2	32,2	33,3	34,3	1,4
Viande, produits de la mer, fruits et légumes biologiques de longue conservation	30,6	31,2	32,5	33,2	34,1	2,7
Sauces, vinaigrettes et condiments biologiques	26,5	26,8	27,6	28,0	28,6	1,9
Riz, pâtes et nouilles biologiques	25,9	26,0	26,0	26,1	26,2	0,3
Viande et produits de la mer transformés et réfrigérés biologiques	21,5	20,3	20,7	23,1	22,9	1,6
Collations salées biologiques	11,1	11,4	11,9	12,5	13,3	4,6
Viande, produits de la mer, fruits et légumes biologiques surgelés	9,3	9,5	9,6	9,6	9,5	0,5
Huiles comestibles biologiques	7,0	6,8	6,8	6,8	6,9	-0,4

Prévisions des ventes au détail d'aliments biologiques emballés au Royaume Uni, de 2017 à 2021, en millions de dollars US – taux de change fixe

Catégories	2017^{E}	2018^{P}	2019^{P}	2020^{P}	2021^{P}	TCAC* (%) 2017-2021
Aliments biologiques emballés	**1 421,4**	**1 468,2**	**1 515,8**	**1 562,9**	**1 610,8**	**3,2**
Produits laitiers biologiques	442,2	448,6	455,3	462,6	470,3	1,6
Aliments biologiques pour bébés	302,1	314,7	327,2	339,7	352,5	3,9
Confiseries biologiques	206,9	219,2	232,2	244,9	257,6	5,6
Repas préparés biologiques	77,2	79,4	81,9	84,6	87,4	3,2
Pains biologiques	49,6	50,0	50,7	51,5	52,4	1,4
Soupes biologiques	43,5	45,6	47,6	49,3	50,7	3,9
Biscuits sucrés, barres-collations et collations aux fruits biologiques	40,8	42,2	43,6	45,0	46,5	3,3
Produits biologiques à tartiner	39,4	40,9	42,2	43,4	44,4	3,0
Céréales biologiques de petit déjeuner	37,6	39,2	40,7	42,3	43,9	3,9
Viande, produits de la mer, fruits et légumes biologiques de longue conservation	35,7	37,6	39,1	40,5	41,9	4,1
Crème glacée biologique	35,6	36,8	37,9	38,9	39,8	2,8
Sauces, vinaigrettes et condiments biologiques	29,6	30,5	31,4	32,3	33,0	2,8
Riz, pâtes et nouilles biologiques	26,6	27,1	27,5	27,9	28,4	1,7
Viande et produits de la mer transformés et réfrigérés biologiques	23,8	24,5	25,5	26,3	27,0	3,2
Collations salées biologiques	14,1	14,9	15,5	16,1	16,7	4,3
Viande, produits de la mer, fruits et légumes biologiques surgelés	9,5	9,6	9,8	9,9	10,1	1,5
Huiles comestibles biologiques	7,1	7,4	7,6	7,9	8,2	3,7

Source des deux tableaux : Euromonitor, 2017. E-Estimation P-Prévisions *TCAC-Taux de croissance annuel composé

Historique du volume des ventes au détail d'aliments biologiques emballés au Royaume-Uni, de 2012 à 2016, en milliers de tonnes

Catégories	2012	2013	2014	2015	2016	TCAC* (%) 2012-16
Aliments biologiques emballés	**307,4**	**304,1**	**306,6**	**294,3**	**285,8**	**-1,8**
Produits laitiers biologiques	222,0	220,6	223,9	211,3	202,0	-2,3
Aliments biologiques pour bébés	15,6	16,3	16,6	16,8	17,0	2,2
Pains biologiques	20,2	17,6	15,6	15,0	14,6	-7,8
Soupes biologiques	8,8	9,1	9,5	9,8	10,1	3,5
Viande, produits de la mer, fruits et légumes biologiques de longue conservation	7,8	7,8	7,8	7,9	7,9	0,3
Repas préparés biologiques	5,9	5,9	6,0	6,1	6,2	1,2
Confiseries biologiques	4,8	4,9	5,1	5,2	5,3	2,5
Sauces, vinaigrettes et condiments biologiques	4,1	4,1	4,2	4,3	4,4	1,8
Riz, pâtes et nouilles biologiques	4,3	4,2	4,1	4,1	4,1	-1,2
Céréales biologiques de petit déjeuner	3,0	3,0	3,0	3,1	3,2	1,6
Biscuits sucrés, barres-collations et collations aux fruits biologiques	3,2	3,2	3,3	3,1	3,2	0,0
Produits biologiques à tartiner	2,6	2,6	2,6	2,7	2,8	1,9
Crème glacée biologique	1,6	1,5	1,5	1,6	1,7	1,5
Viande, produits de la mer, fruits et légumes biologiques surgelés	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	0,0
Viande et produits de la mer transformés et réfrigérés biologiques	0,9	0,9	0,8	0,9	0,9	0,0
Collations salées biologiques	0,5	0,5	0,6	0,6	0,6	4,7
Huiles comestibles biologiques	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,0

Prévisions du volume des ventes au détail d'aliments biologiques emballés au Royaume-Uni, de 2017 à 2021, en milliers de tonnes

Catégories	2017^{E}	2018^{P}	2019^{P}	2020^{P}	2021^{P}	TCAC* (%) 2017-2021
Aliments biologiques emballés	**280,6**	**277,4**	**275,3**	**273,8**	**273,0**	**-0,7**
Aliments biologiques pour bébés	17,2	17,4	17,7	17,9	18,1	1,3
Pains biologiques	14,4	14,2	14,1	14,0	13,9	-0,9
Céréales biologiques de petit déjeuner	3,3	3,4	3,4	3,5	3,5	1,5
Viande et produits de la mer transformés et réfrigérés biologiques	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,0
Confiseries biologiques	5,3	5,4	5,5	5,5	5,5	0,9
Produits laitiers biologiques	196,1	192,0	189,1	186,8	185,3	-1,4
Huiles comestibles biologiques	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,0
Viande, produits de la mer, fruits et légumes biologiques surgelés	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	0,0
Crème glacée biologique	1,7	1,8	1,8	1,8	1,8	1,4
Repas préparés biologiques	6,3	6,4	6,5	6,6	6,8	1,9
Riz, pâtes et nouilles biologiques	4,1	4,1	4,1	4,1	4,1	0,0
Sauces, vinaigrettes et condiments biologiques	4,4	4,4	4,5	4,5	4,5	0,6
Collations salées biologiques	0,6	0,6	0,7	0,7	0,7	3,9
Viande, produits de la mer, fruits et légumes biologiques de longue conservation	8,1	8,3	8,5	8,6	8,7	1,8
Soupes biologiques	10,4	10,6	10,8	10,9	11,0	1,4
Produits biologiques à tartiner	2,8	2,9	2,9	3,0	3,0	1,7
Biscuits sucrés, barres-collations et collations aux fruits biologiques	3,2	3,2	3,2	3,3	3,3	0,8

Source des deux tableaux : Euromonitor, 2017. E-Estimation P-Prévisions *TCAC-Taux de croissance annuel composé

Boissons biologiques

Les boissons biologiques continuent de faire partie des marchés à créneaux au Royaume-Uni. Selon Euromonitor, les consommateurs du Royaume-Uni sont sceptiques à l'égard de ces produits et découragés par le prix élevé et la courte durée de conservation des boissons biologiques. Par conséquent, cette catégorie est toujours menacée par d'autres catégories SME, comme les produits naturellement sains. Ces produits, qui affichent un prix moins élevé, représenteront la principale menace pour les boissons biologiques au cours de la période de prévision (2017 à 2021).

De 2012 à 2016, la catégorie a affiché un faible TCAC de 0,4 %, et enregistré une valeur des ventes au détail de 217,9 millions de dollars US en 2016. D'ici 2021, les ventes au détail de cette catégorie devraient atteindre 245,7 millions de dollars US. Les boissons rafraîchissantes biologiques sous forme de jus de fruits ou de légumes et les boissons biologiques à 100 % sont les catégories les plus populaires, suivies du thé biologique.

Historique des ventes au détail de boissons biologiques au Royaume-Uni, de 2012 à 2016, en millions de dollars US – taux de change fixe

Catégories	2012	2013	2014	2015	2016	TCAC* (%) 2012-2016
Boissons biologiques	**214,1**	**214,1**	**215,1**	**216,6**	**217,9**	**0,4**
Jus de fruits ou de légumes biologiques	116,7	115,1	115,6	116,3	116,5	0,0
Thé biologique	42,5	42,1	41,7	41,3	41,1	-0,8
Concentrés biologiques	25,7	27,5	28,5	29,7	31,0	4,8
Café biologique	16,6	16,6	16,1	15,9	15,8	-1,2
Autres boissons chaudes biologiques	12,6	12,9	13,2	13,3	13,5	1,7

Prévisions des ventes au détail de boissons biologiques au Royaume-Uni, de 2017 à 2021, en millions de dollars US – taux de change fixe

Catégories	2017[E]	2018[P]	2019[P]	2020[P]	2021[P]	TCAC* (%) 2017-2021
Boissons biologiques	**222,8**	**228,4**	**233,5**	**239,4**	**245,7**	**2,5**
Jus de fruits ou de légumes biologiques	118,8	121,2	123,1	125,6	128,3	1,9
Thé biologique	41,5	42,1	42,8	43,6	44,5	1,8
Concentrés biologiques	32,7	34,4	36,2	38,0	39,8	5,0
Café biologique	16,0	16,3	16,6	17,0	17,5	2,3
Autres boissons chaudes biologiques	13,9	14,3	14,8	15,2	15,7	3,1

Historique du volume des ventes au détail de boissons biologiques au Royaume-Uni, de 2012 à 2016, en milliers de tonnes

Catégories	2012	2013	2014	2015	2016	TCAC* (%) 2012-2016
Boissons biologiques	**43,2**	**42,4**	**42,3**	**42,3**	**42,3**	**-0,5**
Jus de fruits ou de légumes biologiques	33,4	32,5	32,2	32,0	31,9	-1,1
Concentrés biologiques	6,2	6,4	6,7	7,0	7,2	3,8
Thé biologique	2,5	2,3	2,2	2,1	2,0	-5,4
Autres boissons chaudes biologiques	0,6	0,6	0,6	0,7	0,7	3,9
Café biologique	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,0

Source de tous les tableaux : Euromonitor, 2017. E-Estimation P-Prévisions *TCAC-Taux de croissance annuel composé

Prévisions du volume des ventes au détail de boissons biologiques au Royaume-Uni, de 2017 à 2021, en milliers de tonnes

Catégories	2017	2018	2019	2020	2021	TCAC* (%) 2017-2021
Boissons biologiques	**42,4**	**42,4**	**42,5**	**42,5**	**42,5**	**0,1**
Jus de fruits ou de légumes biologiques	31,8	31,7	31,5	31,4	31,2	-0,5
Concentrés biologiques	7,5	7,7	7,9	8,1	8,3	2,6
Thé biologique	2,0	1,9	1,8	1,8	1,7	-4,0
Autres boissons chaudes biologiques	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,0
Café biologique	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,0

Source : Euromonitor, 2017. E-Estimation P-Prévisions *TCAC-Taux de croissance annuel composé

Circuits de distribution

Les détaillants modernes en alimentation continuent d'être le principal circuit de distribution des produits biologiques en 2016. Les supermarchés et les hypermarchés arrivent en tête avec une part de marché de 68 %, suivis des petits épiciers indépendants (12,9 %) et du commerce électronique (6,7 %). Même si les ventes au détail de produits biologiques continuent d'augmenter dans les magasins d'alimentation, l'essor des fournisseurs indépendants (p. ex. marchés aux puces) et l'élargissement des circuits de distribution, comme le magasinage en ligne, font augmenter les ventes de produits biologiques au Royaume-Uni.

Ventes des circuits de distribution de produits biologiques au Royaume-Uni, de 2012 à 2016, en millions de dollars – taux de change fixe

Circuits	2012	2013	2014	2015	2016	TCAC* (%) 2012-2016	Part de marché (%)
Total	**1 481,5**	**1 514,0**	**1 549,4**	**1 574,6**	**1 596,8**	**1,9**	
Ventes en magasin	1 436,6	1 450,2	1 474,8	1 481,3	1 489,0	0,9	93,2
Détaillants en alimentation	1 413,6	1 428,3	1 453,5	1 461,6	1 470,1	1,0	92,1
Détaillants modernes en alimentation	1 127,5	1 151,3	1 180,2	1 199,1	1 209,2	1,8	75,7
Dépanneurs	61,6	63,4	65,4	66,9	67,2	2,2	4,2
Magasins à prix réduits	32,5	33,3	34,4	35,4	37,3	3,5	2,3
Stations-services	20,0	20,8	21,5	21,8	21,4	1,7	1,3
Hypermarchés	506,0	518,3	532,6	540,3	541,7	1,7	33,9
Supermarchés	507,5	515,6	526,2	534,7	541,5	1,6	33,9
Épiciers traditionnels	286,2	277,0	273,4	262,5	260,9	-2,3	16,3
Petits épiciers indépendants	232,6	222,0	222,5	212,3	205,8	-3,0	12,9
Autres détaillants en alimentation	53,6	55,0	50,9	50,2	55,1	0,7	3,5
Spécialistes autres que les détaillants en alimentation	23,0	21,8	21,2	19,7	18,9	-4,8	1,2
Ventes hors magasin	44,8	63,8	74,6	93,2	107,8	24,5	6,8
Distributeurs automatiques	0,5	0,6	0,5	0,4	0,4	-5,4	0,0
Vente au détail par Internet	44,0	63,0	73,8	92,5	107,1	24,9	6,7
Vente directe	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,0	0,0

Source : Euromonitor, 2017. *TCAC-Taux de croissance annuel composé

Concurrence

En 2016, les marques maison détenaient 33 % des parts du marché des produits biologiques. Leur croissance a enregistré une légère baisse avec un TCAC de 0,8 % (2012 à 2016), tandis que les grandes marques ont maintenu et légèrement augmenté leurs parts de marché, après une diminution de leurs prix (Euromonitor, 2017). Toutefois, les marques maison représentent toujours la part la plus importante du marché des produits biologiques, et elles sont présentes dans la plupart des catégories d'aliments biologiques emballés, tout particulièrement la catégorie de la viande et des produits de la mer transformés, où leur présence est accrue.

Selon Euromonitor, Belvoir Fruit Farms a conservé sa position de chef de file dans la catégorie des boissons biologiques en 2016. La popularité des produits de l'entreprise ne cesse d'augmenter, grâce à un plus large circuit de distribution, qui comprend des épiceries fines, des ateliers de ferme, des magasins d'aliments biologiques et des aires de restauration à l'échelle du Royaume-Uni (Euromonitor, 2017). Hipp UK et Ella's Kitchen sont les deux principaux acteurs dans la catégorie des aliments pour bébés (Euromonitor, 2017).

Au cours de la période visée par l'examen (2012 à 2016), les consommateurs du Royaume-Uni ont affiché une préférence pour les produits biologiques nationaux, qui s'explique par les récents scandales alimentaires (scandale de la viande chevaline) et les prix plus bas des produits nationaux (Euromonitor, 2017).

Dix principales entreprises de produits biologiques et leurs ventes au détail au Royaume-Uni, de 2012 à 2016, en millions de dollars US – taux de change fixe

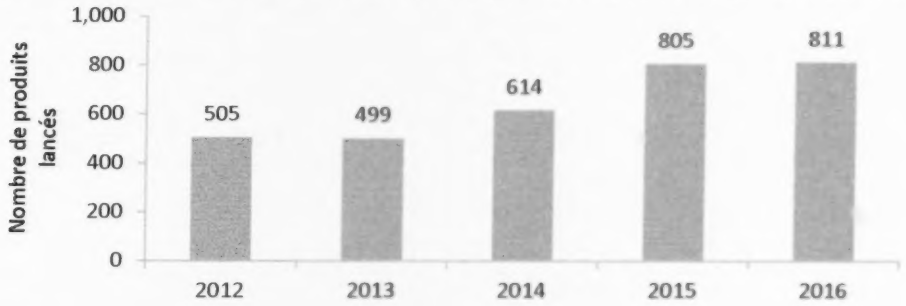
Entreprises	2012	2013	2014	2015	2016	TCAC* (%) 2012-2016	Part de marché (%)
Mondelez International Inc	115,5	121,6	130,0	140,4	145,7	6,0	9,1
Hipp GmbH & Co Vertrieb KG	90,3	89,0	94,1	98,0	100,4	2,7	6,3
Hain Celestial Group Inc, The	N/D	69,9	73,8	84,3	89,8	N/D	5,6
Hero Group GmbH	64,0	66,7	68,5	71,6	73,1	3,4	4,6
Yeo Valley Farms (Production) Ltd	57,2	61,4	65,8	66,9	67,5	4,2	4,2
Belvoir Fruit Farms	11,0	13,6	16,0	18,2	20,1	16,3	1,3
Associated British Foods Plc	15,3	16,3	17,0	17,6	18,4	4,7	1,2
James White Drinks Ltd	14,5	14,9	15,4	16,3	17,1	4,2	1,1
Kraft Heinz Co	N/D	N/D	N/D	14,5	14,2	N/D	0,9
Mars Inc	15,7	15,3	15,4	14,1	13,5	-3,7	0,8
Produits artisanaux	20,9	18,5	17,2	16,3	16,1	-6,3	1,0
Marque maison	543,4	536,7	532,6	529,0	527,2	-0,8	33,0

Source : Euromonitor, 2017. N/D–Données non disponibles *TCAC-Taux de croissance annuel composé

Emballage

Selon Euromonitor, pour pouvoir justifier les prix plus élevés et distinguer leurs produits des aliments conventionnels, les producteurs d'aliments biologiques créent une image haut de gamme pour leurs produits. Ils utilisent un certain nombre de stratégies, comme des éléments graphiques accrocheurs aux couleurs vives et un éventail de matériaux suggérant une image fraîche, propre et naturelle. En outre, ils attirent l'attention sur la pérennité des produits, la source des ingrédients et la recyclabilité des emballages. Au cours des cinq dernières années, « emballage pratique », « sans hormones » et « sans caféine » sont les allégations qui ont été utilisées le plus fréquemment sur les étiquettes des produits biologiques offerts au Royaume-Uni (Mintel, 2017).

Nombre de lancements de produits biologiques au Royaume-Uni, de 2012 à 2016

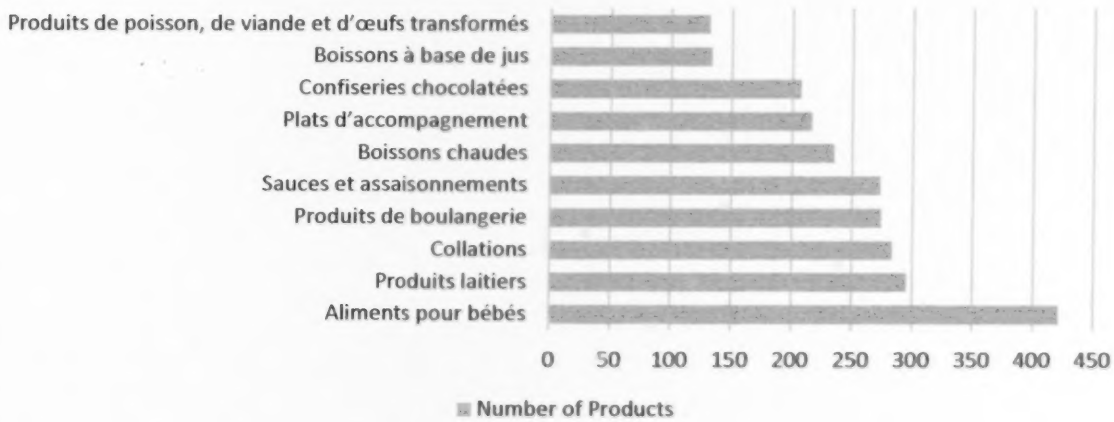


Source : Mintel, 2017.

De 2012 à 2016, 3234 produits biologiques ont été lancés au Royaume-Uni. Dans la catégorie des aliments, on compte 2671 lancements de produits, suivi de la catégorie des boissons, 508 produits, et de la catégorie des aliments pour animaux de compagnie, 55 produits. Dans la catégorie des aliments, les principales sous-catégories d'aliments emballés étaient les aliments pour bébés, les produits laitiers et les collations. Dans la catégorie des boissons, ce sont les sous-catégories des boissons chaudes (comme le thé), des jus et autres boissons (concentrés, substituts de repas) qui affichent le plus grand nombre de lancements. Enfin, dans la catégorie des aliments pour animaux de compagnie, les lancements de produits ont surtout visé les sous-catégories des aliments humides pour chiens et chats.

Au cours de la période de cinq ans visée par l'examen, la moitié des lancements de produits biologiques ont eu lieu entre 2015 et 2016. En se fondant sur cinq ans de données, quelque 647 produits biologiques ont été lancés en moyenne chaque année au Royaume-Uni. Selon la Base de données mondiale sur les nouveaux produits de Mintel, 75,7 % des lancements effectués au Royaume-Uni visaient un nouveau produit, tandis que 24,3 % étaient des relancements.

Principales catégories de produits biologiques lancés au Royaume-Uni, de 2012 à 2016



Catégories de produits biologiques et leurs trois principales sous-catégories selon le nombre de lancements de produits, de 2012 à 2016

Catégorie	Trois principales sous-catégories	Nombre de produits
Aliments emballés (2671)	Aliments pour bébés	421
	Produits laitiers	295
	Collations	283
Boissons (508)	Boissons chaudes	235
	Boissons à base de jus	133
	Autres boissons	32
Aliments pour animaux de compagnie (55)	Aliments humides pour chiens	26
	Aliments humides pour chats	16
	Collations et gâteries pour chiens	7

Source des deux tableaux : Mintel, 2017.

Occasion pour le Canada

L'Accord économique et commercial global (AECG) conclu entre le Canada et l'Union européenne aura des répercussions positives importantes sur la compétitivité des exportateurs canadiens de produits biologiques au Royaume-Uni.

L'AECG aidera à créer des débouchés pour les producteurs, les transformateurs et les exportateurs canadiens sur le marché de 510 millions de consommateurs de l'UE.

Il peut vous aider:

- en réduisant ou éliminant les droits de douane applicables aux produits importés en UE;
- en améliorant et en élargissant l'accès au marché pour les produits canadiens;
- en procurant un avantage concurrentiel et un accès préférentiel au marché de l'UE.

Obtenez d'autres précisions :
http://www.agr.gc.ca/fra/industrie-marches-et-commerce/information-sur-les-marches-etrangers-par-region/europe/accord-economique-et-commercial-global-aecg-entre-le-canada-et-l-union-europeenne/?id=1438010928703

Pour plus de renseignements

Les délégués commerciaux internationaux peuvent fournir à l'industrie canadienne une expertise de terrain concernant les potentiels de marché, les conditions actuelles et les contacts d'affaires locaux, et sont un excellent point de contact pour obtenir des conseils à l'exportation.

- **Aperçu du Service des délégués commerciaux du Canada au Royaume-Uni**
  http://www.delegues commerciaux.gc.ca/e-f/jp/index.htm

- **Trouvez un délégué commercial**
  www.delegues commerciaux.gc.ca/fra/trouver-contacts-commerce.jsp

Pour obtenir de plus amples renseignements sur ce marché et d'autres marchés, veuillez consulter la liste complète des rapports d'analyse des marchés mondiaux par région sous la rubrique *Renseignements sur les marchés internationaux* à l'adresse suivante :

http://www.agr.gc.ca/fra/industrie-marches-et-commerce/information-sur-les-marches-etrangers-par-region/?id=1410083148447

Pour de plus amples renseignements sur ANUGA 2017, veuillez communiquer avec :

- **Ben Berry, directeur adjoint**
  Stratégie et organisation, foires commerciales
  Agriculture et Agroalimentaire Canada
  ben.berry@agr.gc.ca

Ressources

Euromonitor, 2017.

Euromonitor, Organic Packaged food in the United Kingdom, 2017.

Euromonitor, Organic Beverages in the United Kingdom, 2017.

Euromonitor, Health and Wellness in the United Kingdom, 2017.

Base de données mondiales sur les nouveaux produits de Mintel, 2017.

Série santé et mieux-être

Tendances du marché des aliments biologiques au Royaume-Uni

Rapport d'analyse mondiale

Préparé par : Ranna Bernard, analyste de marché

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada,
représentée par le ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire (2017).

Images
Les images figurant dans la présente publication sont reproduites avec la permission des titulaires des droits s'y rattachant. À moins d'avis contraire, Sa Majesté la Reine du chef du Canada est titulaire des droits d'auteur sur ces images.

Pour vous inscrire à notre liste de distribution ou pour suggérer d'autres sujets ou marchés de recherche, vous pouvez vous adresser à :

Agriculture et Agroalimentaire Canada, Analyses des marchés mondiaux
1341, chemin Baseline, Tour 5, 4e étage
Ottawa (Ontario) K1A 0C5
Canada
Courriel : MAS-SAM@agr.gc.ca

Le gouvernement du Canada a préparé le présent document en se fondant sur des sources d'information primaires et secondaires. Même s'il n'a ménagé aucun effort pour présenter des données exactes, Agriculture et Agroalimentaire Canada n'assume aucune responsabilité à l'égard de toute décision qui pourrait être prise sur la base de ces renseignements.

Toute reproduction ou redistribution du présent document, en totalité ou en partie, doit énoncer clairement qu'Agriculture et Agroalimentaire Canada est le titulaire du droit d'auteur du document en respectant le modèle suivant : AAC – titre du rapport – année. Si le document reproduit ou redistribué reprend des données du présent document, il y a lieu d'y indiquer les sources telles qu'elles sont inscrites dans le présent document.

Agriculture et Agroalimentaire Canada fournit le présent document ainsi que d'autres services de production de rapports gratuitement à ses clients des industries agricole et alimentaire.

RESTEZ BRANCHÉS

Visitez notre collection en ligne de rapports publics pour plus d'informations à ce sujet et sur d'autres marchés.